

图书在版编目 (CIP) 数据

电子商务法律法规 / 张明星, 南志光主编. -- 2 版.
北京: 北京出版社, 2025. 1. -- ISBN 978-7-200-19223-0

I.D922.294

中国国家版本馆 CIP 数据核字第 2025AN4814 号

电子商务法律法规 (第二版)

DIANZI SHANGWU FA LU FAGUI (DI-ER BAN)

主 编: 张明星 南志光
出 版: 北京出版集团
北京出版社
地 址: 北京北三环中路 6 号
邮 编: 100120
网 址: www.bph.com.cn
总 发 行: 北京出版集团
经 销: 新华书店
印 刷: 定州启航印刷有限公司
版 印 次: 2025 年 1 月第 2 版 2025 年 1 月第 1 次印刷
成品尺寸: 185 毫米 × 260 毫米
印 张: 14
字 数: 315 千字
书 号: ISBN 978-7-200-19223-0
定 价: 48.00 元

教材意见建议接收方式: 010-58572341 邮箱: jiaocai@bphg.com.cn

如有印装质量问题, 由本社负责调换

质量监督电话: 010-82685218 010-58572341 010-58572393

项目一 电子商务法律法规概述 / 1

任务一 电子商务概述 / 2

任务二 电子商务法的一般原理 / 11

任务三 电子商务的立法概况 / 16

项目二 电子商务经营者的法律问题 / 25

任务一 我国电子商务经营者现状 / 26

任务二 我国电子商务经营者的管理问题 / 34

任务三 电子商务相关经营者的责任 / 40

项目三 电子商务交易安全保护 / 44

任务一 《电子商务示范法》 / 46

任务二 电子商务交易安全方面的法律法规 / 52

项目四 电子商务合同的法律制度 / 60

任务一 电子商务合同概述 / 62

任务二 电子商务合同的订立 / 64

任务三 电子商务合同的成立与生效 / 70

任务四 电子商务合同的履行 / 72

任务五 电子商务合同的违约责任 / 75

项目五 电子商务支付中的法律问题 / 82

任务一 传统交易中支付的法律问题 / 84

任务二 电子商务的支付问题 / 89

项目六 快递物流与交付的法律制度 / 101

- 任务一 快递物流与交付概述 / 103
- 任务二 快递物流与交付的法律法规 / 108
- 任务三 快递物流服务的提供者、接受者义务与责任 / 112

项目七 电子商务消费者权益保护的法律法规 / 118

- 任务一 电子商务消费者权益保护概述 / 121
- 任务二 电子商务消费者权益保护的法律法规 / 125
- 任务三 电子商务争议在线解决方式 / 135

项目八 电子商务知识产权的法律法规 / 142

- 任务一 电子商务知识产权概述 / 144
- 任务二 域名知识产权的法律法规 / 146
- 任务三 网络版权的法律法规 / 152
- 任务四 计算机软件著作权的法律法规 / 157

项目九 电子商务与税法 / 165

- 任务一 税收法律制度 / 167
- 任务二 电子商务税收中的法律问题 / 176
- 任务三 电子商务发展对我国现行国内税收的影响 / 183
- 任务四 我国对电子商务税收的政策 / 189

项目十 电子商务的法律责任 / 197

- 任务一 法律责任概述 / 198
- 任务二 电子商务民事责任概述 / 202
- 任务三 电子商务行政责任概述 / 207
- 任务四 电子商务刑事责任概述 / 209

知识目标

1. 理解电子商务的概念及特点。
2. 掌握电子商务法的概念、特征和基本原则。
3. 掌握电子商务法的调整对象和适用范围。
4. 了解国际组织和其他国家有关电子商务的立法概况。
5. 掌握中国电子商务立法概况。

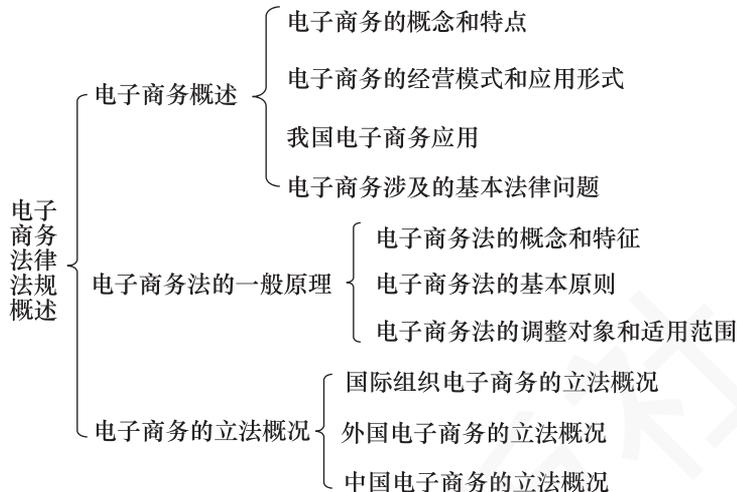
能力目标

1. 能够辨识电子商务所涉及的法律问题。
2. 能够做到知法守法。

素养目标

1. 培养诚实守信的职业操守。
2. 重视职业道德在电子商务交易中的作用。

学习导图



项目引例

“刷单入刑第一案”

2017年6月20日上午，全国“刷单入刑”第一案在杭州市余杭区人民法院公开宣判。“90后”刷单组织者李某某因犯非法经营罪被一审判决五年六个月，连同原判有期徒刑九个月并罚，决定执行有期徒刑五年九个月。

李某通过创建“零距网商联盟”和利用YY语音建立平台，吸纳有刷单需求的店家在该平台上注册账户成为会员，该平台向每名会员收取几百元左右的保证金和几十元左右的以各种名目为由头的费用，并制定刷单炒信的规程，组织会员利用该平台发布或接受刷单炒信任务。从2013年2月至2014年6月，被告人通过此种方式共收入至少人民币30万元，另收取以保证金为名目的人民币总计50余万元。

该案件是阿里巴巴运用大数据主动发现并向警方输送刷单线索，进入刑事宣判的第一案。

任务一

电子商务概述

一、电子商务的概念和特点

(一) 电子商务的概念

《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电子商务法》）规定的电子商务是

指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。电子商务在计算机信息技术和网络通信技术的迅速发展崛起并逐步完善，以国际互联网为依托，并随着国际互联网的广泛应用而扩大影响。

狭义的电子商务中，交易所涉及的各方当事人通过电子信息技术、网络互联技术以及现代通信技术，借助电子网络方式联系，无须面对面协商，也不依靠纸质文件和单据的传输就可以完成整个交易。通过互联网进行在线销售活动和服务活动的交易内容可以有形的产品，也可以是无形的服务。

广义的电子商务是以整个市场为基础的一切与数字化处理有关的商务活动。商务是核心，网络是手段。电子商务使整个商务活动的各个环节，从产品制造、销售、交易洽谈、合同订立、结算到售后服务等方面发生了全新的变化。

综上所述，电子商务是利用计算机和国际互联网设备与基础设施，在电子网络环境下从事的各项商务活动。它的组成要素包括两方面：一是电子方式，二是商务活动，即必须是利用电子方式或电子信息技术进行商务活动。因此，对于电子商务的概念应从以下几个方面理解。

(1) 电子商务是商务活动的电子化和网络化。

(2) 电子商务是利用电子信息技术进行商务活动的过程。

(3) 电子商务的内容广泛，是以信息流、物流、货币流为核心，包括销售支付、运输、售后服务等在内的全方位的商务活动。

(4) 电子商务的参与主体广泛，包括网络服务提供者、消费者、销售商、供货商、银行、金融机构和有关政府机构等。

(5) 电子商务是高效率、低成本的商务活动。

(6) 电子商务是跨越国界、跨越时空的全球性商务活动。

(二) 电子商务的特点

电子商务与传统的商务活动方式相比，具有以下特点。(图1-1)

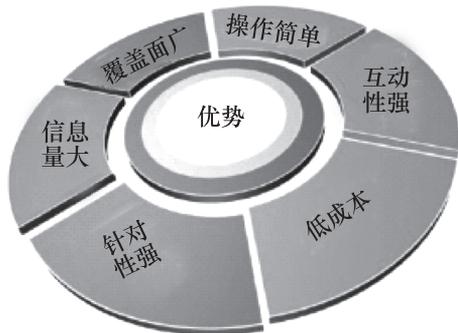


图 1-1 电子商务活动的优势

1. 交易网络化

在电子商务所依赖的各项技术中，最重要的是网络技术。电子商务必须通过电子网络系统来实现信息的交换和传输。

2. 交易虚拟化

电子商务利用电子网络技术或其他任何电信手段进行货物贸易、服务贸易、信息服务以及电子支付，交易双方无须面对面洽谈，而是通过计算机等终端设备与互联网络完成交易过程，交易过程虚拟化。

3. 交易成本低

电子商务为商家与消费者提供了信息交换平台，在提高商品交换数量和加快交易速度的同时，降低了生产、加工、销售和通信的成本，减少了交易的中间环节，大量减少了文件处理费用，提高了效率。

4. 交易全球化

电子商务能够不受时间和空间的局限，真正实现贸易的全球化。电子商务拓宽了国内及国际市场，使消费者和商家能以较低的成本支出，在世界范围内简单而又迅速地寻找到最合适的商品和交易伙伴。

5. 交易透明化

电子商务的买卖双方从交易的洽谈、签约到货款支付、交货通知等整个交易过程都在网络上进行，通畅、快捷的信息传输可以保证各种信息之间互相校对，防止伪造信息的流通。海关EDI也能够杜绝边境的假出口、骗退税等行为。

二、电子商务的经营模式和应用形式

（一）电子商务的经营模式

电子商务经营模式是指电子化企业（e-business）运用信息科技与互联网经营企业的方式。根据交易主体的不同，电子商务分为B2B、B2C、C2B、C2C四种经营模式，前两种是最常见的电子商务经营模式。

1. B2B（Business to Business）

B2B是指企业与企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换。进行电子商务交易的供需双方都是企业，企业之间使用互联网技术或各种商务网络平台，达到供应链（SCM）的整合，完成商务交易的过程。这些过程包括：发布供求信息，订货及确认订货，支付过程及票据的签发、传送和接收，确定配送方案并监控配送过程等。

（图1-2）

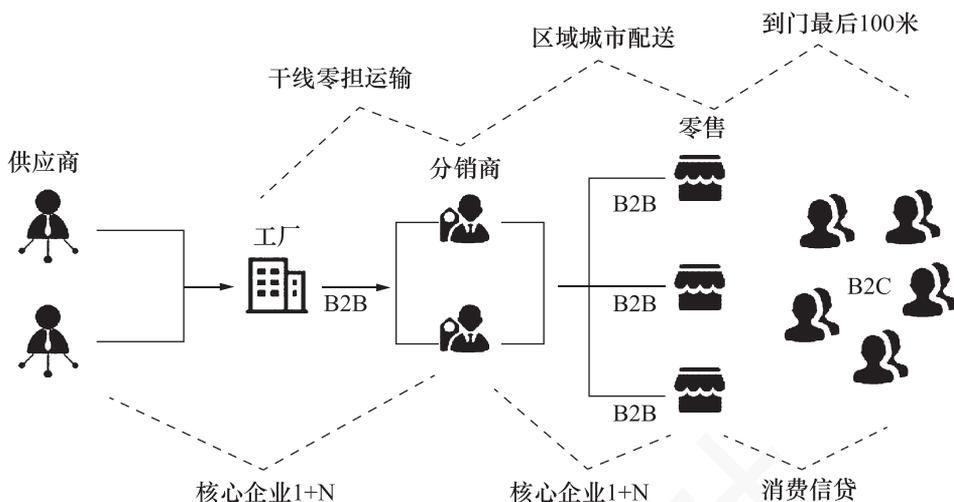


图 1-2 B2B 供应链电商产业生态圈

2.B2C (Business to Consumer)

B2C是指企业通过网络销售产品或服务给自然人消费者。企业通过互联网为消费者提供新型的购物环境——网上商店，消费者通过网络在网上购物并支付，由物流公司送货上门。B2C模式是我国最早产生的电子商务模式，以8848网上商城正式运营为标志。这种模式节省了客户和企业的时间成本与空间成本，大大提高了交易效率，所以得到了快速的发展。（图1-3）

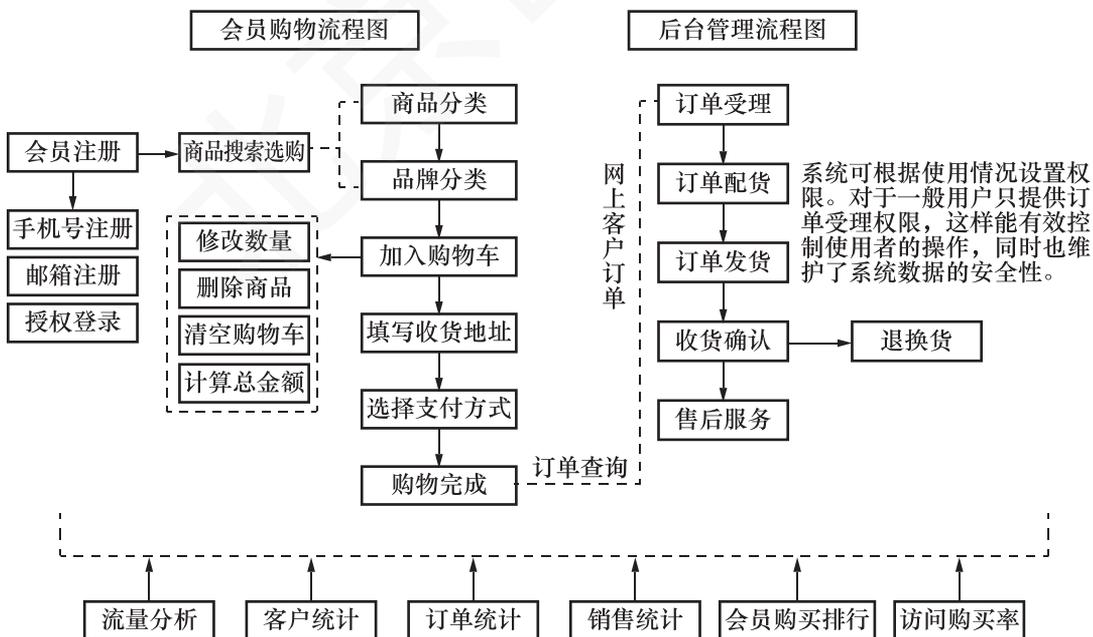


图 1-3 B2C 购物流程

3.C2B (Consumer to Business)

C2B是指将商品的主导权和先发权由厂商交给了消费者。传统的经济学认为，对一个产品的需求越高，价格就会越高。但由消费者社群的集体议价或开发社群需求，只要购买同一商品的消费者越多，购买的效率就越高，价格就越低，这就是C2B的主要特征。C2B经营模式强调用“汇聚需求”（demand aggregator）取代传统“汇聚供应商”的购物中心型态，被视为一种接近完美的交易形式。

4.C2C (Consumer to Consumer)

C2C是指消费者与消费者之间的互动交易行为。C2C商务平台是通过为买卖双方提供在线交易平台，使卖方可以主动提供商品上网拍卖，买方可以自行选择商品进行竞价。消费者可同在某一竞标网站或拍卖网站中共同在线上出价而由价高者得标，或者由消费者自行在网络新闻论坛或BBS上张贴布告以出售二手货品，甚至是新品，因消费者间的互动而完成交易。C2C的典型如淘宝网等。

（二）电子商务的应用形式

电子商务的应用有三个层次：市场电子商务、企业电子商务和社会电子商务。市场电子商务是以市场交易为中心的电子商务活动，包括网上展示、网上公关、网上洽谈、网上信息沟通、网上支付、网上售后服务等；企业电子商务是企业利用网络进行企业的研、供、产、销活动，与市场电子商务有交融；社会电子商务是整个社会经济活动利用网络进行，如政府的活动、社团的活动等。

从广义的电子商务概念来看，电子商务的具体应用形式有：企业的网上采购业务、消费品网上购物活动、旅游业网络应用、网上房地产交易、网上支付结算、网上证券交易、网上保险、网上税务、网上银行、网上广告、网上售后服务、网上远程教学、网上招聘与求职、网上订票、网上医疗、网上调查、网上信息咨询、网上娱乐等。

三、我国电子商务应用

1998年3月6日，我国第一笔互联网上电子商务交易由世纪互联通信技术有限公司和中国银行共同携手完成，标志着我国电子商务已开始进入实用阶段。

1999年5月18日，北京珠穆朗玛（8848）电子商务网络服务有限公司正式成立，6月阿里巴巴成立，8月易趣网成立，11月当当网成立，年底卓越网上线。现在，人们耳熟能详的电子商务巨头，大部分是在1999年起步的。因此，人们把1999年称为中国电子商务元年。

1998年4月16日，招商银行在国内率先推出了网上银行系统“一网通”，成为国内首家通过网络提供服务的银行，中国电子商务翻开了崭新的一页。到2002年年底，中国各家银行普遍进行网上支付。2005年，网上支付企业数与日俱增，催生了第三方平台的发展。快钱公司出现了基于邮件的平台；易拍网推出了易拍通；阿里巴巴推出了

支付宝，以第三方支付的形式保障交易安全。2006年2月，招商银行推出了变革性的网上支付新模式“支付通”，用户可以直接在招行合作方网站上完成支付，极大提高了支付业务的效率。

我国的网上支付方式中，既有以支付宝和财富通为代表的非独立第三方机构平台，也有以银联电子支付和快钱为代表的独立第三方，还有各大银行不断改进的网上银行支付平台。自1998年起，网上支付的交易量几乎以每年100%的速度在增加。2016年支付宝的用户数量达4.5亿。2016年，有超过10亿人次使用“指尖上的城市公共服务”。2016年，在全国范围内，“80后”人群的人均网上支付金额超过12万元，而“90后”人群采用移动支付的占比近92%。2018年全国实现电子商务交易额31.63万亿元，2019年全国电子商务交易额为34.81万亿元。

根据 Statista 的数据，2023 年全球电子商务市场规模已经超过了 4.9 万亿美元，并预计在未来几年将继续保持显著增长。这一增长趋势不仅反映了消费者对在线购物的日益依赖，也展示了技术进步和物流网络的不断完善。随着移动设备的普及和人工智能、大数据等技术的应用，电子商务的未来前景更加广阔，将继续影响人们的生活方式和商业模式。

思政之窗

商务部认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，会同财政部等部门实施电子商务进农村综合示范，累计支持 1489 个县建成县级电商公共服务中心、物流配送中心近 3000 个，村级电商服务站超 15.8 万个，建立起覆盖县乡村的电子商务公共服务和物流配送体系，在脱贫攻坚工作中发挥了积极作用。据商务大数据监测，2023 年，全国农村网络零售额达 2.5 万亿元，同比增长 12.9%，比 2014 年增长近 13 倍；全国农产品网络零售额达 5870.3 亿元，同比增长 12.5%，约是 2014 年的 5 倍。

资料来源：中华人民共和国商务部·商务部流通发展司负责人解读《商务部等 9 部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》 [EB/OL] . (2024-03-13)

四、电子商务涉及的基本法律问题

（一）电子商务交易中的信用保证

电子商务交易首先是一种商品交易，只是交易的形式产生了变化。电子商务的目的仍然是商业活动的有效完成，而商业活动必须遵循市场规范。市场经济是法治经济和信用经济，在交易主体无须面对面洽谈的电子商务交易中，信用保证显得尤为重要，可以说，信用制度在电子商务中具有基础作用。

我国调整市场交易行为的法律规范，如《中华人民共和国民法典·总则编》《中华人民共和国民法典·合同编》《产品质量法》《消费者权益保护法》等，都是以诚实信用为首要原则，明确规定了市场行为必须遵循的基本准则。

1. 信用制度在电子商务中的基础作用

电子商务利用互联网进行变易的特殊形式决定了信用制度是其生存和发展的根本基础。与传统的商务活动模式一样，信用是电子商务健康发展的基石。市场信用的危机、企业信用的危机都会严重影响电子商务的生存与发展。

2. 电子商务的特点决定了信用制度的必要性

同传统的贸易形式相比，电子商务是通过互联网以其快捷的手段完成交易，避免了人员往来所占用的时间，以达到高效的目的。而这种无须贸易主体见面的形式，就更需有完备的信用制度作保证。我国加入WTO以后，建立与国际信用环境相适应的信用制度与社会信用体系成为我国完善市场法律环境的现实问题，构建电子商务的良好市场环境应从信用开始，信用制度是发展电子商务的必要保证。

3. 电子商务的发展需要信用监督的保证

互联网在为电子商务提供方便快捷的交易手段的同时，也为电子商务的信用监督提供有效的途径。互联网的普及为企业合法经营身份的确认和身份管理提供了实行的解决方案。

（二）电子合同订立的法律保护

电子合同是通过电子网络系统订立的，以数据电文的方式来生成、储存或传递贸易信息的新式协议，是一种现代贸易方式。电子合同也是合同，并没有改变传统合同的意义和作用。以数据电文方式订立的电子合同是对传统合同法的一种挑战。这种挑战体现在合同订立的要约与承诺、合同的书面形式要求，以及签字生效、纠纷举证等方面。

在电子商务中，合同的意义和作用没有发生改变。在发达国家，电子合同已成为贸易往来的主要方式和手段。我国于1999年10月1日实施的《中华人民共和国民法典·合同编》明确将数据电文作为合同书面形式的一种，规定了电子合同与传统书面合同具有同等效力。

（三）电子商务交易中的消费者保护

由于电子商务的虚拟性，消费者既不能与经营者面对面交易，又不能当面直接感知和使用商品，因此，在电子商务活动中，消费者权益面临更大的被侵权风险。同时，消费者维权也遭遇到了更大的困难。

我国1994年1月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法》（以下简称《消费者权益保护法》）是我国第一次以立法的形式全面确认消费者的权利。2014年3月15日第二次修订的《消费者权益保护法》实施，对消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务的合法权益做出更具体的规定。（图1-4）



图 1-4 《消费者权益保护法》

（四）电子商务中的知识产权保护

电子商务将传统商务活动的手段、途径引入虚拟世界。在这个虚拟的电子商务世界中，传统的知识产权保护制度受到了新的挑战和冲击，如域名保护、域名权与商标权的冲突、域名抢注、网上著作权及其邻接权的保护、专利权保护等方面。

知识产权是一种无形财产权，具有专有性、排他性、地域性的特点。知识产权自身的特点使其在电子商务活动中遇到了新问题，电子商务中的知识产权保护日益成为世界各国必须面对和解决的问题。

（五）电子商务的税收管理

1. 电子商务给税收征管带来了新机遇

通过电子方式进行的交易，本质都是实现商品或劳务的转移，依据税收中性和公平税负原则，电子商务应与传统贸易方式一样征税。为了鼓励、促进电子商务的发展，我国实施了税收优惠政策。

自互联网商业化以来，网上贸易得到了空前的发展，虚拟商场、网上服务贸易、网上结算都呈快速增长的趋势。2018年，中国电子商务交易总额超30万亿，2019年，中国电子商务交易规模将突破30万亿，近年来，为了鼓励、促进电子商务的发展，国家实施了税收优惠政策。

2. 电子商务给税收征管带来了新挑战

- （1）纳税义务的确定出现了困难。
- （2）纳税人的身份难以确定。
- （3）计算机加密技术加大了税务机关获取信息的难度。
- （4）互联网电子商务具有全球化的国际性特点，国际避税问题在电子商务中表现得更为突出。

（六）电子商务的安全问题

实现电子商务的关键是要保证商务活动过程中系统的安全性。但随着信息技术的高速发展，许多信息安全问题也纷纷出现：系统瘫痪、黑客入侵、病毒感染、网页改写、客户资料及公司内部资料的泄露等，给企业甚至国家安全都带来了威胁。电子商务安全的法律问题主要有电子签名、安全认证和计算机犯罪。（图1-5）



图 1-5 电子商务活动中的《网络安全法》

（七）与电子商务有关的其他法律问题

- （1）网上隐私权保护问题。
- （2）电子商务的反不正当竞争问题。

知识链接

中国互联网和电子商务数据

据 2024 年 3 月 22 日中国互联网络信息中心 (CNNIC) 发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国网民 10.92 亿，互联网普及率 75.5%，其中手机网民 10.91 亿，网民使用手机上网的比例为 99.9%；农村网民 3.26 亿，占网民整体的 29.8%。

域名总数 3160 万个。其中 ".CN" 域名数量为 2013 万个，占我国域名总数的 63.7%。

网络视频 (含短视频) 用户 10.67 亿，其中，短视频用户 10.53 亿，占网民整体的 97.7%。

网络支付用户 9.54 亿，占网民整体的 89.1%。网络购物用户 9.15 亿，占网民整体的 83.8%。网络直播用户 8.16 亿，占网民整体的 74.7%。线上办公用户 5.37 亿，占网民整体的 49.2%。在线旅行预订用户 5.09 亿，占网民整体的 46.6%。互联网医疗用户规模达 4.14 亿，占网民整体的 37.9%。

思政之窗

传统民族企业如何把握电子商务机会

非遗文化资源产业化发展是非遗文化价值和经济价值的双重体现，利用新技术打造新质生产力是非遗产业实现高质量发展的需要。山西清徐老陈醋产业在数字技术驱动下，培育高素质专业化产业人才、研发智能化酿造机器、广泛应用数据要素，整合政府、企业、高校、社会大众力量，构建多元主体参与的数字化转型共同体，依托生产、营销、运营、仓储等各类数据平台，实现数字化转型升级。如中国醋都·清徐联合阿里数字乡村、饿了么、阿里云创新中心发起的“热土宝藏庆丰收”活动、“清风徐来·无醋不在”活动推广了清徐老陈醋品牌，提高了消费者对老陈醋的关注度。

任务二

电子商务法的一般原理

一、电子商务法的概念和特征

(一) 电子商务法的概念

广义的电子商务法与广义的电子商务相对应，包括了所有调整以数据电文方式进行的商务活动的法律规范，其内容广泛，调整以电子商务为交易形式的和调整以电子信息为交易内容的规范都包括在内，如联合国《电子商务示范法》。狭义的电子商务法对应于狭义的电子商务，是调整以数据电文作为交易手段，以电子商务交易形式所引起的社会关系的法律规范的总称。

在我国，作为部门法意义上的电子商务法，不仅包括以电子商务命名的法律法规，还包括其他现有制定法中有关电子商务的法律规范，如《中华人民共和国民法典·合同编》中关于数据电文的规定，以及《刑法》中关于计算机犯罪的规定等。《电子商务法》已于2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过，于2019年1月1日起施行。（图1-6）



图 1-6 《电子商务法》

（二）电子商务法的特征

1. 国际性

电子商务法的显著特点是国际性。与电子商务的国际性相对应，电子商务法也以适应国际化的要求为特征，以此满足解决电子商务法律关系的需要。

2. 科技性

电子商务是网络经济与现代高科技发展的产物，需要通过互联网进行商务活动。规范这种行为的电子商务法必须适应科学技术的发展。例如，电子商务法应当对签字技术、确认技术等技术问题做出规定。

3. 开放性

电子商务法是规范以数据电文形式进行意思表示的法律关系的，数据电文的形式多样化，而且相关技术、手段与方法的应用也不断推陈出新。因此，以开放的态度对待任何技术手段与信息媒介，让各种有利于电子商务发展的设想和技术都能充分发挥作用，已成为世界组织、国家和企业的共识。

目前，国际组织及各国在电子商务立法中，大量使用开放型条款和功能等价性条款，其目的就是开拓社会各方面的资源，以促进科学技术及其社会应用的广泛发展。它具体表现在电子商务法的基本定义、基本制度和电子商务法律结构方面。

4. 安全性

电子商务的安全性也可以称为安全的脆弱性。电子商务在交易方式上为商务活动提供了高效快捷的便利，与此同时也给商家带来新的问题，其中最令商家担心的就是电子商务的安全问题。由于电子商务是以互联网为基础进行的，计算机的黑客与计算机病毒、网络犯罪等都严重威胁着电子商务的安全。因此，电子商务法必须通过对电子商务安全问题进行规范，有效地预防和打击各种利用互联网的违法与犯罪行为，保证电子商务和计算机信息系统的安全运行。

5. 复杂性

电子商务的高科技化和互联网络技术的专业性、复杂性，造成了电子商务交易关系的复杂性，由此决定了电子商务法律法规的复杂性。在电子商务交易中，当事人之间的交易必须在第三方的协助下才能完成，即在网络服务商和认证机构等提供的服务下完成。这就使电子商务的交易活动与传统交易相比，包含了多重法律关系。

二、电子商务法的基本原则

（一）自愿、公平、诚实信用原则

自愿、公平、诚实信用是传统民商法的基本原则，当然也适用于电子商务法。电子商务作为一种新型的商业业态，应当遵守公认的商业准则。同时，国家鼓励电子商

务信用体系建设，鼓励建立健全电子商务信用记录、信用评价、信用管理制度，完善电子商务信用服务保障制度。

（二）安全原则

电子商务必须以安全为前提，既需要技术上的安全措施，又离不开电子商务法的安全规范。国家致力于维护电子商务交易安全，保护电子商务用户信息，鼓励电子商务数据交换共享，保障电子商务数据依法有序流动和合理利用。

安全性原则要求与电子商务有关的交易信息在传输、存储、交换等整个过程中不被丢失、泄露、窃听、拦截、改变等，要求网络和信息应保持可靠性、可用性、保密性、完整性、可控性和不可抵赖性。我国《电子签名法》规范电子签名的标准和认证，就是为了在电子商务条件下形成较为安全的环境，维护有关各方的合法权益。

（三）中立原则

电子商务法的基本目标是在电子商务活动中建立自愿、平等、诚信、公平的交易规则，这是商法的维护交易安全原则在电子商务法上的体现。中立原则包括四个方面：技术中立、媒介中立、实施中立和同等保护。

1. 技术中立

技术中立是指法律对电子商务的技术手段一视同仁，不限定使用或不禁止使用何种技术，也不对特定技术在法律效力上进行区别对待。技术中立是各国和组织所采取的电子商务立法的基本原则，尤其在有关电子签名的立法中表现得更为明显，如我国《电子签名法》规定：可靠的电子签名与手写签名或者盖章具有同等的法律效力。

2. 媒介中立

媒介中立与技术中立紧密联系，是中立原则在电子商务上的具体表现，是指法律对于交易是采用纸质媒介还是电子媒介（或其他媒介）都一视同仁，不因交易采用的媒介不同而区别对待或赋予不同的法律效力。

3. 实施中立

实施中立是指在电子商务立法和司法实践中，强调本国电子商务活动与跨国电子商务活动在适用法律上一视同仁。电子商务法与其他相关法律法规在实施上不能偏颇，传统商务环境下的法律规范与电子商务法律规范在效力上并行不悖。

4. 同等保护

同等保护是指电子商务法对交易双方乃至多方都同等保护，这是实施中立原则在商务交易主体上的延伸。电子商务法对商家与消费者、国内当事人与国外当事人等，都应当尽量做到同等保护。

（四）交易自治原则

交易自治原则是指参加电子商务交易的各方当事人完全可以按照自己的意愿与对方当事人协商，确定他们之间的协议条款，选择交易与履行方式，其中不含有被强迫的成分和由国家强制执行。

电子商务交易当事人享有交易自治权。电子商务交易的当事人有权决定自己是否进行交易、与谁交易和如何进行交易，任何单位和个人不得非法干预。联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》中第4条规定：“在参与生成、发送、接收、储存或以其他方式处理数据电文的当事方之间，除另有规定外，第三章的条款可经由协议做出改动。”其内在的含义是除了强制性的法律规范外，其余条款均可由当事人自行协商确定。《电子商务示范法》中的强行性规范数量很少，其目的在于消除传统法律对电子商务发展的障碍，为当事人在电子商务领域里充分行使其意思自治而创造条件。

（五）监督管理与社会共治原则

我国《电子商务法》规定了国务院及各级政府对电子商务的监管职能。电子商务治理要充分发挥政府作用，国务院和县级以上地方人民政府应当将电子商务发展纳入国民经济和社会发展规划，制定科学合理的产业政策，完善标准体系建设，根据电子商务活动的特点完善和创新电子商务管理体制与管理方式。同时还要充分发挥行业自律和社会共治的作用，实现多管齐下、综合治理。即要体现电子商务管理创新，运用互联网思维、互联网管理办法。

电子商务行业组织和电子商务经营主体应当加强行业自律，建立健全行业规范和网络规范，引导本行业经营者公平竞争，推动行业诚信建设。国家鼓励、支持和引导电子商务行业组织、电子商务经营主体和消费者共同参与电子商务市场治理。

（六）保护消费者合法权益原则

电子商务的完成涉及生产者、销售者、配送者等多个主体，经过商品信息沟通、网上支付、货物配送等诸多环节，任何一个“供应链”出现问题，都将损害消费者的合法权益。电子商务法维护市场秩序，必须以保护消费者合法权益为原则。

三、电子商务法的调整对象和适用范围

（一）电子商务法的调整对象

电子商务法的调整对象是电子商务交易活动中发生的各种社会关系。此类社会关系是以数据电文作为交易手段所形成的商事关系，是在广泛采用新型信息技术并将这些技术应用于商业领域后才形成的特殊的社会关系；它交叉存在于互联网的线上和线下、虚拟社会和实体社会之中，有别于实体社会中的社会关系。

思政之窗

2021年，市场监督管理总局发布《网络交易监督管理办法》（简称《办法》）。《办法》明确了网络交易监管坚持鼓励创新、包容审慎、严守底线、线上线下一体化监管原则，提出推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系，对网络经营主体登记、新业态监管、平台经营者主体责任、消费者权益保护、个人信息保护等重点问题做出了明确规定。

2023年11月，国务院常务会议审议通过《非银行支付机构监督管理条例》，把非银行支付纳入整个金融体系和风险监管框架之内。

（二）电子商务法的适用范围

与电子商务交易形式、交易手段和交易环境相关的法律问题均是电子商务法的适用范围，其在实际应用中主要表现在以下两个方面。

1. 从交易手机上观察

电子商务法的适用范围是以数据电信所进行的、无纸化的商事活动领域。仅仅是以口头或传统的书面形式所进行的商事活动，不属于电子商务法调整的范围。

随着电子通信技术的日益发展与创新，以及电子商务活动的多元化发展，电子商务法的适用范围也将越来越广。联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》第1条规定：“本法适用于在商务活动方面使用的、以一项数据电文为形式的任何种类的信息。”美国《统一电子交易法》第3条A款规定：“本法适用于与任何交易相关的电子记录与电子签名。”数据电信是电子信息、电子记录与电子签名的上位概念。

2. 从地域和行为主体上观察

我国《电子商务法》规定：“中华人民共和国境内的电子商务活动，适用本法。”但是，“金融类产品和服务，利用信息网络提供新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等内容方面的服务，不适用本法。”

商人与政府之间的有关电子商务管理关系是否属于电子商务法的适用范围，各国不同规定。美国许多州的电子商务法都将这部分关系纳入了电子商务法的范畴，而联合国贸易法委员会的《电子商务示范法》则明显将这类活动排除在电子商务法的范围之外。

如果以商品交易法的观点来观察，这些商事管理活动，并不是电子商务交易活动，而是行政管理活动，调整这些管理活动的法律也应当划归行政管理法律部门。为了立法和执法上的方便，很可能将两类不同性质的法律规范，交叉规定在同一部法律里，这种情况在现代立法中并不鲜见。

任务三

电子商务的立法概况

一、国际组织电子商务的立法概况

（一）联合国国际贸易法委员会（UNCITRAL）有关电子商务的立法

1. 《电子商务示范法》

（1）《电子商务示范法》的产生：联合国从20世纪80年代开始研究和探讨有关电子商务的法律问题，终于在1996年6月提出了《电子商务示范法》蓝本，并于1996年12月在联合国大会上通过。

（2）《电子商务示范法》的主要内容：联合国国际贸易法委员会制定的《电子商务示范法》由两大部分组成。

第一部分是电子商务法律的总原则，是《电子商务示范法》的核心，共分为三章十五条。第一章为一般条款，内容包括适用范围、定义解释、合同协议的改动等四个条款；第二章是数据电文的适用法律要求，内容包括对数据电文的法律承认、书面形式、签字、原件、数据电文的可接受性和证据力，以及数据电文的留存等共六个条款；第三章是数据电文的传递，内容包括合同的订立和有效性、当事人各方对数据电文的承认、数据电文的归属、确认收讫、发出和收到数据电文的时间及地点等共五个条款。

第二部分是电子商务的特定领域，有一章两个条款，仅对涉及货物运输中使用的电子商务作出规定。

2. 其他有关电子商务的立法

1982年，联合国国际贸易法委员会开始编写《电子资金划拨法律指南》，1986年获得大会批准，1997年正式公布。

1985年，联合国国际贸易法委员会通过了《计算机记录的法律价值报告》，建议各国政府能够确定以计算机记录作为诉讼证据的法律规则，并为法院提供评价这些记录可靠性的适当办法。

1993年10月，联合国国际贸易法委员会审议了《电子数据交换及贸易数据通讯有关手段法律方面的统一规则草案》。

1999年6月，联合国国际贸易法委员会提出《电子签章统一规则》草案版本，并于2000年9月通过，提出除了建立在公钥加密技术（Public Key Cryptography, PKI）之上的强化电子签章外，还有其他更多各种各样的设备，使得“电子签章”方式的概念更加广泛，这些正在或将要使用到的签字技术，都考虑到执行上述手写签字的某一个或未提及的功能。

2001年3月，联合国国际贸易法委员会通过了《电子签章示范法》。

（二）国际经济合作与发展组织（OECD）有关电子商务的立法

国际经济合作与发展组织在电子商务的立法方面也做了大量的工作，如图1-7所示。



图 1-7 国际经济合作与发展组织在电子商务的立法方面工作的时间进程

（三）世界贸易组织（WTO）有关电子商务的立法

1995年开始生效的世界贸易组织颁布的《服务贸易总协定》（GATS），为所有的金融服务贸易（包括电子贸易在内）提供了一个基本法律框架。

1996年12月，世界贸易组织在新加坡举行的第一次部长会议签署了《关于信息技术产品贸易的部长宣言》，即《信息技术协议》，1997年3月开始生效，电子商务首次纳入了多边贸易体制。

1998年5月，132个世界贸易组织成员的部长们达成一致，签署了《关于全球电子商务的宣言》。1998年9月，世界贸易组织理事会通过了《电子商务工作计划》，涵盖了服务贸易、货物贸易、知识产权保护、强化发展中国家的参与等问题。

（四）世界知识产权组织（WIPO）有关电子商务的立法

电子商务与知识产权保护有着极为密切的关系，世界知识产权组织为电子商务的发展也做了许多工作。1996年12月，世界知识产权组织通过了《世界知识产权组织著作权条约》《世界知识产权组织表演和录音制品条约》，被称为“网络环境下的”著作权条约，为解决电子商务所涉及的知识产权保护问题奠定了基础。

1999年4月，公布了有关域名问题的《互联网名称和地址管理及其知识产权问题》的报告，针对互联网上由域名而引发的问题，包括域名与现有知识产权的冲突，提出了解决建议。

1999年11月，国际互联网名称分配公司（ICANN）指定世界知识产权组织作为第一个“纠纷处理服务提供者”，世界知识产权组织其后也公布了《统一域名争议解决政策补充规则》。

（五）欧盟有关电子商务的立法

1997年4月，欧盟委员会提出著名的《欧洲电子商务行动方案》，为欧洲的电子商务立法确定了立法宗旨和立法原则，明确指出欧洲究竟能在多大程度上受益于电子商

务的关键取决于其是否具备满足企业和消费者需要的法律环境。

1. 互联网服务的法律制度

欧盟委员会在《关于内部市场中与电子商务有关的若干法律总指令建议案》中对欧盟范围内网络服务的法律制度做了以下几个方面的规定。

（1）目的与适用范围。本指令的目的是保证内部市场的良好运行，重点在于保障信息服务得以在成员国之间自由流通。本指令致力于：内部市场制度，服务供应商的设立，商业信息传播、电子合同、服务中间商的责任，行业行为准则，争议的诉讼解决，司法管辖和成员国间的合作。

（2）无须预先批准原则。但是服务供应商有义务向消费者和有关管理当局提供证明其身份的信息资料。

（3）商业信息传播。商业信息传播应易于识别，从事商业信息传播的自然人或法人应易于识别，各种促销优惠措施，包括各折扣奖励及赠予都应易于识别，且参与活动的条件和规则应易于达到且须详细无误地予以说明。

（4）电子合同。各成员国须调整其国内立法以使电子合同合法化。

（5）服务中间商的责任。

（6）行业自律准则。

2. 电子签名的法律制度

1999年欧盟议会和理事会共同制定并颁布了《关于欧盟范围内建立有关电子签名共同法律框架的指令》，为在欧盟范围内电子签名的法律制度协调一致的运转和发展提供了保障。同年又发布了《数据签名统一规则草案》。

3. 消费者权益保护法律制度

欧盟在其通过的《关于远距合同订立过程中对消费者保护的指令》中，为消费者网上交易的合法权益保护规定了多项措施，明确规定在远程合同订立前，货物或服务供应商有义务向消费者提供供应商身份、货物或服务性能特点、价格、送货费用、付款及送货方式、消费者撤销订购的权利、报价的有效期、合同的期限等情况，并通过书面或其他持久的载体向消费者确认，消费者至少可以在7个工作日内有权退货或撤销合同。

4. 著作权保护的法律制度

欧盟委员会在《关于信息社会著作权及邻接权的指令草案》中，对欧盟成员国范围内统一协调著作权及邻接权保护的法律规定做出了相应的规定，以适应电子商务条件下与知识产权有关的产品及服务的发展需要。草案规定：作品的作者、表演者、音像节目和电影的制作人、广播电台、电视台对作品享有专属的复制权，著作权人所享有的对公众传播权并不随着传播或提供作品的行为完成而丧失。

二、外国电子商务的立法概况

（一）美国的电子商务立法

在这场电子商务革命中，美国的电子商务发展在世界上处于领先地位。美国政府在促进电子商务发展方面制定了一系列积极的政策，其中著名的“信息高速公路”计划，为美国电子商务的发展奠定了关键性的基础。

由于政府大力推行电子商务这种新的交易形式，电子商务成了美国国民经济新的增长点。同时，美国的电子商务法律的立法工作发展迅速，许多州都制定了电子商务法。1997年9月15日颁布的《全球电子商务纲要》更是美国电子商务发展的一个里程碑。《全球电子商务纲要》主要内容分为一般原则和问题处理建议两大部分。

（二）新加坡的电子商务立法

新加坡是世界上较早制定电子商务法律的国家。1998年新加坡颁布的《电子交易法》内容丰富，规范了电子商务中出现的多方面问题。该法中的许多规定以联合国国际贸易法委员会《电子商务示范法》为基础，与国际标准保持一致，促使新加坡融入日益兴起的全球电子商务之中。

新加坡《电子交易法》分为序言、电子记录和电子签名的一般规定、网络服务提供者的责任、电子合同、可靠电子记录和电子签字、数字签字的效力、与数字签字相关的一般义务、认证机构的义务、订户的的义务、认证机构的规定、政府使用电子记录与电子签字、一般规定共12个部分。

（三）澳大利亚的电子商务立法

1998年澳大利亚颁布了《私权利保护法》，确立信息私权保护原则。1998年3月澳大利亚电子商务专家小组公布了《电子商务：法律框架的构造》的报告。1999年澳大利亚通过了电子签章法。1999年12月，澳大利亚颁布了《电子交易法》（ETA），提出了在电子商务中的媒体中立性原则和技术中立性原则。

（四）韩国的电子商务立法

韩国的《电子商务基本法》于1999年7月正式生效，分为总则、电子通信信息、电子商务安全、电子商务的促进、消费者保护以及附则六章，内容较为全面。《电子商务基本法》总的特点与该法第一条所规定的目的是一致的，即旨在促进电子商务的发展。该法不仅对电子商务、电子通信信息、发送人、接收人、数字签名、电子商店认证机构等基本概念做出定义，对通信信息的有效性和电子商务的安全问题做出规定，还对消费者的保护以专门章节做了规定。

该法兼容了欧洲国家与美国在电子商务立法方面的特点，既有美国电子商务法着重于技术问题解决的特点，又有欧洲国家电子商务法偏重于消费者保护的特点，两者功效相辅相成。为具体实施该《电子商务基本法》，韩国制定了《电子签名法》。

思政之窗

据商务部网站2024年1月19日消息，2023年全年，我国网上零售额达到15.42万亿元，同比增长11%，连续11年成为全球第一大网络零售市场。2023年我国网络购物用户规模达9.15亿人，较2022年12月增长6967万人，占网民整体的83.8%。

随着全球贸易格局的变化和跨境电商行业的迅速崛起，跨境电商成为外贸增长新动能。据“电数宝”电商大、数据库显示，2023年中国跨境电商市场规模达16.85万亿元，较2022年的15.7万亿元同比增长7.32%。2023年中国跨境电商交易额占我国货物贸易进出口总值41.76万亿元的40.35%。

三、中国电子商务的立法概况

中国于1994年出现电子商务模式。几十年来，我国电子商务发展得到迅猛发展。由于电子商务将成为社会经济发展的新增长点，电子商务将改变商业经营的方式，促进经济的发展。因此，要确保电子商务的健康发展，就必须以健全的法律保障为基础和前提。

面对迅速发展的电子商务这种新的交易形式，要保证目前电子商务健康有序的发展，就必须充分利用现行民商法的法律法规加以保护，保证电子商务交易的正常进行。目前我国电子商务立法包括《电子签名法》《网络安全法》等法律，以及行政法规与规章、地方性法规等，其中，以部门规章、地方性法规和地方政府规章为主。

当前，中国现行主要的电子商务相关法律法规如表1-1所示。

表1-1 中国现行主要的电子商务相关法律法规

《电子商务法》	《电子商务法》是我国电子商务领域的基本法。2016年年底，全国人大常委会发布《电子商务法》草案，2018年8月31日由第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过
《中华人民共和国民法典·合同编》	《中华人民共和国民法典·合同编》将数据电文作为合同书面形式的一种，明确规定了电子合同与书面合同具有同等的法律效力，并对有关电子合同的订立过程及有关内容做了具体规定，这些规定有利于电子商务的实际操作
《电子签名法》	《电子签名法》于2004年8月28日第十届全国人民代表大会常务委员会第十一次会议通过，自2005年4月1日起施行。该法规范了电子签名行为，确立了电子签名的法律效力。《电子签名法》的颁布与实施对我国电子商务的发展有很大的推动和保障作用

《网络安全法》	《网络安全法》于2016年11月7日由第十二届全国人民代表大会常务委员会第24次会议通过，于2017年6月1日起实施。适用于在中华人民共和国境内建设、运营、维护和使用的网络的活动，以及对网络安全的监督管理，是保障电子商务安全的基本法
《互联网信息服务管理办法》	《互联网信息服务管理办法》于2000年9月25日由国务院发布实施。为了规范互联网信息服务活动，《互联网信息服务管理办法》将互联网信息服务分为经营性和非经营性两类
《信息网络传播权保护条例》	2006年，国务院发布实施《信息网络传播权保护条例》，保护著作权人、表演者、录音录像制作者的信息网络传播权，鼓励有益于社会主义精神文明、物质文明建设的作品的创作和传播
《计算机软件保护条例》	《计算机软件保护条例》于1991年6月4日由国务院发布。2011年1月8日第一次修订。2013年1月30日第二次修订。该条例对保护计算机软件著作权人的权益，调整计算机软件在开发、传播和使用中发生的利益关系，鼓励计算机软件的开发与应用十分重要，起到了促进软件产业和国民经济信息化发展的作用
《计算机信息系统安全保护条例》	《计算机信息系统安全保护条例》于1994年2月由国务院发布并实施，明确规定由公安部主管全国计算机信息系统安全保护工作；任何组织或个人，不得利用计算机系统从事危害国家利益、集体利益和公民合法权益的活动，不得危害计算机信息系统的安全。该条例详细规定了计算机信息系统的安全保护制度、安全监察及相关的法律责任。该条例于2010年12月29日修订
《中华人民共和国密码法》	2019年10月，我国颁布《中华人民共和国密码法》（简称《密码法》），明确密码是指“采用特定变换的方法对信息等进行加密保护、安全认证的技术、产品和服务”；同时，《密码法》将密码分为核心密码、普通密码和商用密码三类。其中，核心密码、普通密码用于保护国家秘密信息；商用密码用于保护不属于国家秘密的信息
《中华人民共和国民法典》	2020年5月28日，第十三届全国人民代表大会第三次会议表决通过的《中华人民共和国民法典》（简称《民法典》）充分借鉴吸收了电子商务法和互联网行业规范制度的相关内容，并进行了拓展和提升。《民法典》不仅对电子合同的相关内容进行了特殊规定，而且将《电子商务法》没有涵盖的新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等方面的服务也纳入了规范。此外，《民法典》还对数字产品的知识产权保护、个人信息保护等方面的内容做了规范
《中华人民共和国广告法》	2021年第二次修正的《中华人民共和国广告法》（简称《广告法》）规定，利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络；在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭

作为电子商务法的重要补充，一些行业规范陆续出台，如2005年中国电子商务协会组织网络交易平台服务商共同制定的《网络交易平台服务规范》，2006年中国电子商务协会组织会员单位签署了《抵制恶意软件自律公约》。（图1-8）

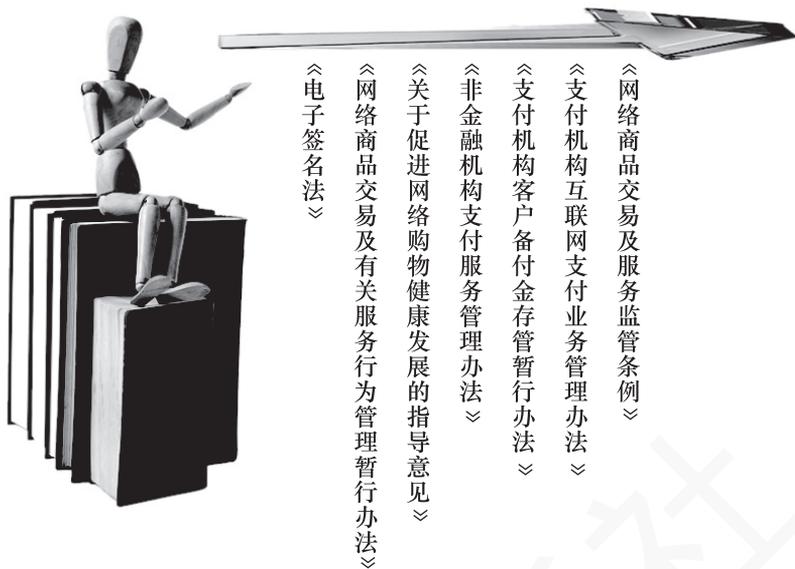


图 1-8 与电子商务相关的法律法规

思政之窗

我国现行的涉及交易安全的法律还有：综合性法律，即民法和刑法中有关保护交易安全的条款；规范交易主体的有关法律，如公司法、个人独资企业法、合伙企业法、外资企业法等；规范交易行为的有关法律，如产品质量法、价格法、消费者权益保护法、反不正当竞争法等；监督交易行为的有关法律，如会计法、审计法、票据法、银行法等。

同步实训

实训目的

通过访问中国电子商务法律网的实践，查询相关电子商务法律法规，并能够进行比较、分析，加深对《电子商务法》概念及我国电子商务立法情况的感性认识。

实训内容与步骤

1. 进入中国电子商务法律网。
2. 查询相关电子商务法律法规，并进行分类。
3. 对相关的电子商务法律法规进行比较、分析。

实训提示

一下接触这么多电子商务法律法规，一定要注意区分每个法律法规属于哪种法律形式，每个法律法规的调整重点是什么。

思考与练习

请体验一次网络访问，查询相关电子商务法律法规，并回答下列问题。

- 1.我国电子商务立法的现状如何？
- 2.《电子商务法》的主要内容框架是什么？
- 3.对《电子签名法》与《电子商务法》的内容进行比较、分析。

复习思考

一、不定项选择题

1. 下列属于直接电子商务活动的是（ ）。
 - A. 家具床上用品的网上销售
 - B. 羽绒服的网上销售
 - C. 在线支付软件下载
 - D. 电冰箱的网上销售
2. 我国最早确认数据电文合法性的法律是（ ）。
 - A.《计算机软件保护条例》
 - B.《中华人民共和国电子签名法》
 - C.1999年修订的《中华人民共和国合同法》
 - D.1996年联合国颁布的《电子商务示范法》
3. 电子商务法的特点包括（ ）。
 - A. 形式规范
 - B. 技术规范
 - C. 开放规范
 - D. 多重手段规范
4. 亚洲最早的电子商务立法是（ ）。
 - A. 新加坡的《新加坡电子交易法》
 - B. 马来西亚的《电子签名法》
 - C. 印度的《电子商务支持法》
 - D. 日本的《电子商务基本法》

5. 我国最早关于电子商务的立法是（ ）。
- A. 《计算机软件保护条例》
 - B. 《中华人民共和国电子签名法》
 - C. 1999年修订的《中华人民共和国合同法》
 - D. 《电子商务示范法》

二、简答题

1. 电子商务所涉及的法律问题有哪些？
2. 简述电子商务法的概念、特征。
3. 简述电子商务法的基本原则。
4. 简述我国电子商务的立法概况。

北京出版社